



## Mapic : une 15<sup>e</sup> édition riche en contacts

Plus question d'envoyer comme naguère des escouades, mais quelques vrais décideurs. Moins nombreux, avec les absences remarquées de grands acteurs comme **Unibail-Rodamco**, et de grands pavillons, comme ceux des Etats-Unis et de la Russie, le **Mapic 2009** aura été l'occasion, pour les professionnels présents à Cannes la semaine dernière, de faire un premier bilan de la crise économique et financière, mais aussi de discuter peut-être plus facilement affaires. Bref, ainsi que l'a résumé la commissaire **Nathalie di Pietro**, la 15<sup>e</sup> édition a été « de qualité ».

Après une longue période de doutes et de remises en cause, le monde de l'immobilier commercial semble avoir franchi un palier « Le marché est passé près du pire, la situation est sans doute meilleure que celle à laquelle on s'attendait », a constaté **Alain Taravella**, le patron d'**Altarea Cogedim**. « Il y a de nouveau beaucoup d'argent prêt à s'investir et l'immobilier retrouve un vrai intérêt en termes de rendement », a, pour sa part, expliqué **Serge Grzybowski**, son homologue chez **Icade** (groupe **CDC**). Reste, cependant, à normaliser l'accès au crédit. Les banques, elles-mêmes violemment secouées et dans l'obligation de renforcer leurs fonds propres, sont devenues plus exigeantes, leurs prêts plus chiches et plus chers. Pour autant, il a été beaucoup question, sur la Croisette, de projets et d'investissements. De grands comme de plus modestes, mais également attrayants, dans l'un des secteurs d'activités qui aura montré en dépit du climat ambiant général une incontestable capacité à innover, à bouger, à résister.

Comme il se doit, le « tout-Mapic » a bruisse de toutes sortes d'informations et de rumeurs. Ainsi, a-t-on entendu que **Hammerson**, pour marquer son repositionnement à l'achat (voir *Immo Hebdo* n°88) était en discussion avancée pour le rachat des Terrasses du Port, le grand projet de **Foruminvest**, et que la transaction, si elle se conclut, pourrait dépasser les 400 millions d'euros. Il a aussi été, entre autres, question de **Frey** spécialisé dans les centres commerciaux « verts », le groupe rémois affronte la dépression en Espagne, où il est engagé, mais continue cependant à avancer ailleurs : il vient d'être choisi par la communauté d'agglomération troyenne pour le réaménagement et l'extension du parc d'activi-

tés **L'Aire des Moissons**, dont la surface sera portée de 90 000 à 120 000 m<sup>2</sup>.

Après un premier jour poussif, le Mapic a pris son élan et chacun remarquait que vendredi, après la distribution des récompenses du jeudi soir, au lieu de plier bagages comme d'habitude, exposants et visiteurs continuaient échanges, rencontres et exploration des possibilités. Signes d'un retour de la confiance et de la décision d'aller de l'avant. C'est ainsi que **Philip M. Evans**, directeur commercial du très puissant groupe émirati **Al Futtaim Real Estate** est venu présenter le grand centre commercial en projet dans l'agglomération du Caire, alors que dans le même temps, il a mis la pédale douce sur Dubai : même aux pays des mosquées, les tours ne peuvent pas forcément monter jusqu'au ciel. A une échelle presque « réduite » comparativement, l'équipe de **Chronostock** jeune affaire lyonnaise déjà bien lancée, fait la promotion de son idée, dont elle a fait une franchise : organiser en centre-ville, et non dans la périphérie avec les outlet centers, le recyclage de stocks commerciaux.

Première manifestation internationale dédiée au commerce, au « retail », le salon cannois a enregistré, cette année, l'arrivée de l'Algérie, la Libye, l'Argentine, le Chili, Le Mexique, le Kosovo, Malte, l'Azerbaïdjan. Au total, quelque 6 700 participants, 1 700 détaillants dont une centaine de nouvelles marques. Le Maroc exposait le très beau centre qui va s'ouvrir fin 2010 à Casablanca, dont les coupes sont celles des **Galerias Lafayette** – et le dessin général une perle dans sa coquille, selon l'expression des concepteurs de l'agence d'architecture **Design International**. Devant la France, l'Allemagne a été élue comme pays préféré, selon une enquête de **CBRE**, des groupes de commerce de détail souhaitant se renforcer en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique (la région EMEA des experts). Les détaillants l'ont en effet jugée le marché le plus rassurant pour les investisseurs, le plus stable, le moins risqué, ont expliqué les dirigeants de **Commerzreal** et de **Berlin Hyp** et **Landesbank Berlin**. L'Espagne arrive troisième. La Grande-Bretagne, elle, se taille la part du lion, mais côté ré-

**M. C-C**